Marketing de Games

Prof. Marcos Cardoso

O Plano de Marketing

ETAPAS DO PLANO DE MARKETING

1) Resumo executivo e sumário

2) Situação atual de marketing

3) Análise de oportunidades e questões

4) Objetivos

5) Estratégia de marketing

6) Programas de ação

7) Demonstrativo de resultados projetados

8) Controles

RESUMO EXECUTIVO E SUMÁRIO

Apresenta uma rápida visão geral do plano proposto. Um resumo das principais metas e recomendações.

SITUAÇÃO ATUAL DO MARKETING

Apresenta antecedentes relevantes sobre vendas, custos, lucros, mercado, concorrentes, distribuição e macroambiente.

ANÁLISE DE OPORTUNIDADES E QUESTÕES

Identifica as principais oportunidades e ameaças, forças e fraquezas, e questões relacionadas ao produto ou a linha de produtos.

OBJETIVOS

Define as metas financeiras e de marketing do plano em relação a volume de vendas, participação no mercado e lucros.

ESTRATÉGIA DE MARKETING

Apresenta a abordagem geral de marketing que será utilizada para alcançar os objetivos do plano. Definimos aqui:

Mercado-Alvo, Posicionamento, Preço, Pontos de Distribuição, Propaganda, Promoções, Pesquisa e Desenvolvimento, Pesquisa de Mercado.

PROGRAMAS DE AÇÃO

Apresenta os programas especiais de marketing projetados para atingir os objetivos do negócio. Queremos responder:

O que será feito?

Quando será feito?

Quem o fará?

Quanto custará?

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS PROJETADOS

Projeta os resultados financeiros esperados do plano. Ou seja, um orçamento de apoio.

CONTROLE

Indica como o plano será monitorado. Assim pode se analisar se o que foi planejado foi efetivamente executado.

Trabalho Final

– Formatar os planos de MKT com os itens da aula de hoje.

Pergunta 1

– Eu defino as metas financeiras e de marketing do meu plano de Marketing em:

a) Controle;

b) Objetivos;

c) Estratégias de marketing;

d) Resumo Executivo.

Pergunta 2

– Quando apresento os antecedentes como vendas, mercado e concorrentes, estou escrevendo meu/minha ...

a) Sumário Executivo;

b) Situação do Mercado Atual;

c) Demonstração dos Resultados Projetados;

d) Controle.

Pergunta 3

– No demonstrativo de resultados projetados eu....

a) Apresento quais serão os resultados financeiros do plano;

b) Apresento meu Posicionamento e Preço;

c) Apresento como será monitorado o plano;

d) Resumo o trabalho e apresento as metas e recomendações.

Pergunta 4

– Onde devo apresentar minha análise SWOT no meu plano de Marketing?

a) Em estratégias de Marketinhg;

b) Em programas de ação;

c) Na situação atual do Marketing;

d) Na análise de oportunidades e questões.

Pergunta 5

– Em que parte do plano de marketing definimos o público-alvo...

a) Situação do Atual do Marketing;

b) Resumo Executivo;

c) Estratégia de Marketing;

d) Programa de Ação.

Dúvidas, Perguntas, Outros: